



# JUST FOR GAMES MISE SUR LA DIVERSIFICATION



Maître du segment de la réédition sur PC puis console de Génération 7, Just For Games développe son activité vers les nouveautés premium et plus récemment les accessoires gaming. Philippe Cohen, son P-dg, fait le point.

**Les jeux premium montent en puissance dans votre offre. Quelle est votre politique dans le domaine ?**

C'est clairement la partie de notre activité qui progresse le plus et qui nous permet de continuer à croître. Pour 2016, les jeux premium devraient représenter environ 40 % de notre chiffre d'affaires, en forte progression. Notre stratégie est de signer des accords d'édition et de distribution exclusive avec des acteurs (éditeurs ou développeurs) de taille moyenne, la plupart du temps européens. Et ce, pour des jeux de qualité sur des niches porteuses avec des budgets de développement conséquents.

Nous proposons cette année des titres de SCS (American Truck Simulator et 2 nouveaux packs Eurotruck Simulator 2 avec add-on), de Dovetail (Flight Simulator 2016, Train Simulator 2017 et High Speed Train Simulator), Nordic Games (MX vs ATV Supercross Encore sur Xbox One), Microïds (Moto Racer 4, Syberia 3 ou Yesterday Origins), Sold Out (Sniper Elite 4 Italia, Worms WMD ou Carmagedon) ou encore PQube (spécialisé dans les jeux manga et notamment partenaire du Japonais Marvelous avec Guilty Gear ou Stein Gates).

En 2016, nos deux titres premium au potentiel le plus fort sont Syberia 3 et Sniper Elite 4 Italia (PC et Gen 8). Syberia 3, développé avec talent par le studio Microïds et Benoît Sokal, est la nouvelle itération de la perle du jeu d'aventure à la française. Sniper Elite 4 Italia quant à lui (PS4 et Xbox One) du studio Rebellion est le nouvel opus de la vedette du segment des jeux de sniper.

**Où en êtes-vous sur la réédition ?**

Cela reste encore évidemment au cœur de notre activité. Leader incontesté sur le jeu PC (plateforme qui souffre toujours plus), nous appliquons désormais les mêmes recettes sur la 3DS et la PS3. Une franche réussite puisque notre chiffre d'affaires sur ces 2 plateformes a quasiment doublé et que nous avons signé des accords avec des acteurs majeurs (The Walt Disney Company, Ubisoft, Take 2...). De plus en plus, nous essayons de devenir le gestionnaire global de tout le rayon réédition de la distribution. Au global, en 2016, la réédition représentera encore 60 % de notre chiffre d'affaires.

**Vous vous lancez dans la distribution d'accessoires de jeu vidéo avec Gioteck. Quelle est votre stratégie ?**

Le cœur de notre activité est, et restera, le software, mais il existe de vraies synergies avec des segments annexes et en premier lieu les accessoires. Ainsi, nous travaillons avec Gioteck, un constructeur anglais très sérieux avec de belles parts de marché au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne. Il propose des produits novateurs et de qualité comme les casques bluetooth FL300 et FL400 dotés d'un design très « looké » et d'écouteurs détachables qui se transforment en enceintes sans fil. Des nouveaux produits très intéressants étofferont la gamme. ■

